

レスター・サロン氏(米国マサチューセッツ工科大学・名誉教授)が、日経新聞「世界を語る」(2010年8月1日号)のインタビューの中で、日本経済に次のような警告をしていました。

## ①日本経済の景気対策をどう見えていますか？

景気対策が世界で最も下手な国という賞があれば日本は間違いなく受賞する。日本経済は「輸出が上向いている」というが、輸出依存が続くようならば失われた20年が「失われた30年」になるだけだ。経済は内需が牽引せねばならない。「失われた30年などあり得ない」という考え方は大きな間違いだ。エジプト経済は4,000年間にわたり世界トップだったが、その後2000年は成長が止まっている。

## ②なぜ内需は広がらないのでしょうか？

イノベーション(技術革新)がないからだ。日本の消費者はアメリカのアップルの多機能情報端末「iPad(アイパッド)」のため徹夜で行列するが、ソニー製品ためには並ばない。わくわくするような楽しさがない。日本は真似が得意で、ここまで追いついた。追い抜くにはイノベーションが欠かせない。全く新しい発想で未知の分野を切り開くアップルのスティーブ・ジョブズ最高経営責任者(CEO)のような人材が必要だ。イノベーションを生むのは政治ではなく教育だ。大学で教授の言うことを黙って聞いているようでは学生は使い物にならない。教授の言葉に疑問を呈し、教授が知らないことを発見するような学生がイノベーションを生む。

## ③日本企業は人材を有効に生かしていますか？

無駄なことをしている社員が多すぎる。例えば、朝に銀座のデパートへ行くと、社員全員が並んでお辞儀をしている。極めて非生産的ではないか。日本に必要なのは新しい企業だ。日本のほとんどの新興企業は、米占領下の第2次世界大戦直後に生まれた。2000年以降に誕生した企業をいくつか挙げられるか。アメリカでは2000年以降に誕生した企業が下支えしている。

## ④お辞儀は日本文化の1つですが…？

もちろん、どちらの文化が優れていると言っているわけではない。だがアメリカ文化の方が経済成長に適している。我々は産業主体の経済から知識主体の経済に移っている。ジョブズCEOやビルゲイツ氏(マイクロソフト創業者)、ウォルト・ディズニー氏(ディズニー創始者)が創り出すような知識だ。人々は楽しいものには金を払う。今の日本にはあまり楽しいことはない。

以上のレスター・サロン氏の日本経済への示唆に富んだ警告の中で、私は2つの提言に共感しました(六車流：流通理論)。

## ①日本経済は内需経済を確立しないと日本は失われた30年(今は20年)となる

日本の近隣諸国に2020~2030年には、日本を2倍以上上回る消費大国が出現するために、輸出産業に依存し、また、その国々へ企業進出することが有効のように言われています。しかし、レスター・サロン氏は輸出依存の外需型経済は日本の根源的な成長には結びつかないと述べています。日本経済の再生は「内需が牽引すべき」と述べています。今、日本はモダン消費(物を買ひ、消費し、所有し、利用することが生活を向上し、幸せと感ずる消費)から、ポストモダン消費(ダンスの中は一杯状態で、モノを買いたくなくなる創造的消費)へと向かっています。このポストモダン消費は世界的に全く新しいニーズであり、日本が一番最初に直面するニーズでもあります。日本の流通がポストモダンというエアポケットニーズを創出すれば、世界にない流通産業が成長します。

## ②日本の企業にはイノベーションが少なく、わくわくするような楽しさのある商品がない

日本人は「0から1」を創出することが下手で、「1から10」の技術は得意です。でも「10から100」へと飛躍的に発展させるノウハウも苦手です。日本人及び日本企業は創意工夫による世界にない新しいニーズを創出し「発想力」を養えば流通産業が大発展します。

(株)ダイナミックマーケティング社<sup>+</sup>  
代表 六 車 秀 之